

2. Практикум по психологии состояний : учеб. пособие / под ред. проф. О. А. Прохорова. СПб., 2004.
3. Басс А., Дарки А. Концепция агрессии/враждебности. Екатеринбург, 2003.
4. Шапарь В. Б., Шапарь О. В. Практическая психология: Проективные методики. Ростов н/Д, 2006.
5. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М., 2004.
6. Яньшин П. В. Клиническая психодиагностика личности : учеб.-метод. пособие. 2-е изд., испр. СПб., 2007.
7. Маллинз Л. Менеджмент и организационное поведение. Минск, 2003.
8. Кунц Г., О'Доннел С. Системный и ситуационный анализ управленческих функций. М., 1981.
9. Дункан У. Основополагающие идеи в менеджменте. М., 1996.
10. Амос Д.-Э. Делегирование полномочий. М., 2006.

А. М. Вильгельм, Е. С. Шакарова

Исследование представлений о немецком этносе у русских

В мировой истории едва ли найдется столь же яркая иллюстрация сложных и противоречивых отношений между двумя государствами, как отношения между Россией и Германией. Народы двух великих держав, накопивших богатейший опыт культурного и военного взаимодействия, от сотрудничества до кровопролитных войн, находятся в амбивалентных отношениях «вражды-приязни» или «ненависти-любви» [См.: 1]. Можно найти множество исторических объяснений этому феномену, но очевидно смещение баланса в негативную сторону вследствие влияния роковых событий XX в., которые дважды ставили русский и немецкий народы в положение противников, что, естественно, породило множество предрассудков и предубеждений

с обеих сторон. Долгое время в коллективном сознании русского народа господствовал образ немца-врага.

Очевидно, что представления о гражданах других государств накладывают отпечаток на линию политического поведения в отношении этих государств. Следовательно, чтобы определить комплексно и достоверно, какие процессы между странами происходят в данное время, и проследить тенденции дальнейшего сотрудничества, необходимо выявить особенности этих представлений.

Русский и немецкий народы воспринимают себя в некоторой степени «друг через друга». С середины XIX столетия в нашей стране обострился вопрос национальной идентичности. На этапе тесного социокультурного сотрудничества России и Германии представление о «русскости» и о том, что значит «быть русским», в значительной мере складывалось в отталкивании от «немецкого» и «немецкости». В России немецкая культура была представлена прежде всего в лице «русских немцев», поэтому их участие в общественной жизни, контакты с ними постоянно ставили вопрос о различиях между немцами и русскими [См.: 2]. В XX в. эти представления строились уже на противопоставлении: быть русским — значит не быть немцем. Все эти представления накладывались друг на друга, шли процессы взаимообогащения культур и одновременно отделения их друг от друга, стремление делить людей на «своих» и «чужих».

В данной работе, преследуя цель воссоздания обобщенного образа немца в сознании русского народа, мы сравниваем представления русских о немецком национальном характере, представления русских о самих себе и о русских немцах.

Это «общее видение» немецкого характера, разделяемое русским народом, мы будем именовать «социальным представлением». Как отмечал С. Московичи, именно социальные представления оказывают существенное влияние на наше поведение [См.: 3]. Под национальным характером мы вслед за Т. Г. Стефаненко понимаем те или иные психологические особенности, отличающие один народ от другого [См.: 4].

На основе анализа теоретической литературы были сформулированы следующие гипотезы исследования: 1) представителями старшего поколения (группа 2) «типичный немец» оценивается негативнее, чем младшим поколением (группа 1); 2) существуют статистически

достоверные различия между представлениями русских о «типичном немце» и «типичном русском»; 3) между представлениями о «типичном немце» и «русском немце» меньше статистически достоверных различий, чем между представлениями о «русском немце» и «типичном русском».

Исследование было организовано в два этапа.

На первом этапе было проведено пилотажное исследование с помощью модифицированной методики М. Куна «20 высказываний». Испытуемым предлагалось назвать не менее десяти качеств «типичного немца» в формате прилагательных. На данном этапе в исследовании приняло участие 32 респондента, пол, возраст и иные параметры которых не имели принципиального значения для результатов. Предполагалось, чтобы количественный состав выборки не превышал 50 человек. Это обусловлено не только спецификой пилотажного исследования как такового, но и тем, чтобы выборки для первого и второго этапа проводимого исследования не перекрещивались.

В результате был получен набор из 129 характеристик, описывающий типичного представителя немецкого этноса, который затем обрабатывался методом контент-анализа. Таким образом было выделено семь категорий сравнения: «Внешний вид» (категория включает подкатегории «Антропологические характеристики» и «Субъективные характеристики»), «Отношение к труду», «Отношение к богатству и наживе», «Нравственные качества», «Сфера коммуникаций», «Образование и ученость». В каждую категорию вошли по четыре наиболее часто встречающихся в ответах испытуемых характеристики.

Отобранные утверждения стали основой для дальнейшего опроса, построенного с использованием метода шкалирования, при этом шкалы носили биполярный характер и предполагали оценку по 7-балльной системе. На данном этапе в исследовании приняло участие 36 испытуемых — представителей русского этноса. Из них в 1-ю группу вошло 23 человека в возрасте от 18 до 30 лет, во 2-ю группу — 13 человек в возрасте старше 50 лет.

Респонденты оценивали по сконструированным шкалам три этнические группы: русских, немцев и «русских немцев». Анализ результатов исследования включал в себя сравнение представлений о русском и немецком этносе, русском этносе и русских немцах, немецком этносе и «русских немцах» по всей выборке, аналогично — отдельно

среди представителей старшего (2-я группа) и младшего (1-я группа) поколения (с помощью непараметрического U-критерия Манна — Уитни), а также сравнение представлений о немецком этносе и «русских немцах» между двумя группами (использовался Т-критерий Уилкоксона).

Проведенное исследование позволило сделать следующие выводы.

Респонденты в возрасте до 30 лет (1-я группа) имеют более позитивное представление о немецком этносе, чем респонденты в возрасте старше 50 лет (2-я группа). В представлении молодых людей немцы скупые, законопослушные, пунктуальные, порядочные, образованные, вежливые, сдержанные. У старшего поколения средний балл по выделенным характеристикам ниже, хотя и в представлении старшего поколения те же характеристики у немцев выражены значительно сильнее, чем у русского этноса. Также к перечисленным выше у 2-й группы добавляются такие качества национального характера немцев, как экономность и замкнутость. Межгрупповых различий в представлениях о немецком этносе и русских немцах выявилось не так много, как ожидалось. В основном различия представлены в категории «Коммуникативная сфера» (характеристики «вежливый», «сдержанный», «миролюбивый»). Достоверные сходства обнаружены в оценках характеристик «сильный», «симпатичный», «организованный», «альтруистичный» (рис. 1).

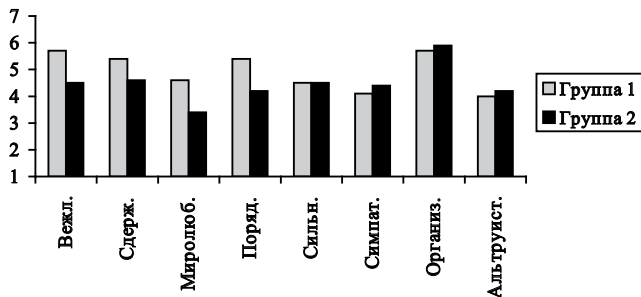


Рис. 1. Средние значения оценок немецкого этноса 1-й и 2-й группы (в баллах)

Статистически достоверные различия в представлениях респондентов о русском и немецком этносе были обнаружены по 21 шкале. Больше всего различий наблюдается в категориях «Отношение к труду» (характеристики «педантичный», «пунктуальный»), «Отношение к богатству и наживе» (характеристики «щедрый», экономный», «бескорыстный») и «Отношение к общественным нормам» (характеристики «законопослушный», «дисциплинированный»). Не представлены различия в категории «Нравственные качества». Примечательно, что из вышеперечисленного лишь по трем характеристикам немецкий этнос имеет средний балл ниже, чем русский. Это шкалы «Щедрый — скупой», «Открытый — замкнутый» и «Бескорыстный — прагматичный» (рис. 2).

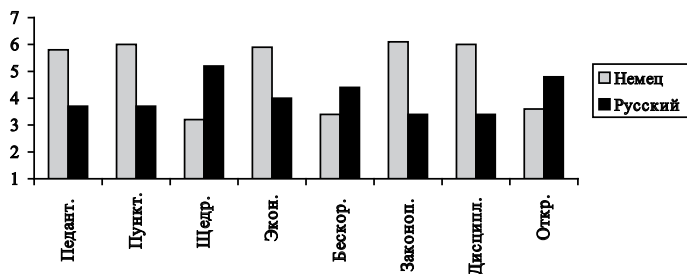


Рис. 2. Средние значения по всей выборке (в баллах)

При сравнении представлений о «типичном» и «русском немце» значимых различий не обнаружено, иными словами, у представителей русского этноса данные условные этнические группы в сознании мало дифференцируются. Можно отметить, что «русские немцы», по сравнению с «типичными немцами», представляются менее законопослушными, пунктуальными, экономными, более щедрыми и менее начитанными. Но при этом все же эти качества у «русских немцев» выражены интенсивнее, чем у русских (исключение составляет такая характеристика как «Щедрость»).

Интересно также отметить, что представления о собственной этнической группе в 1-й группе (у молодого поколения) окрашены более негативно, чем у 2-й группы (старшее поколение), особенно негативные представления выражены в таких категориях, как «Отношение к общественным нормам» и «Отношение к труду». Полученные

результаты демонстрируют необходимость направленной деятельности по формированию этнического самосознания нашего народа, особенно у молодого поколения.

Подводя итоги, отметим, что выдвинутые нами гипотезы нашли свое подтверждение в эмпирических данных исследования с некоторыми оговорками. Молодое поколение действительно представляет немецкий этнос в более позитивном ракурсе, чем старшее. Но обнаруженные различия минимальны и наводят на мысль о том, что амбивалентность отношения к немецкому народу у русских сильно смещена к позитивному полюсу.

Что же касается основной цели нашего исследования, то можно сделать предположение, что психологическое сближение России и Германии становится все более возможным благодаря формированию положительного образа немецкого этноса у молодого поколения.

1. Падение Берлинской стены: до и после : Россияне о внешнеполитических процессах прошлого и настоящего / под ред. М. К. Горшкова, Р. Крумма, В. В. Петухова. М., 2010.

2. *Оболенская С. В.* Германия и немцы глазами русских людей (XIX века). М., 2000.

3. *Московичи С.* Методологические и теоретические проблемы психологии // Психол. журн. 1995. Т. 16. № 2. С 3–14.

4. *Стефаненко Т. Г.* Этнопсихология : учеб. для вузов. 4-е изд., испр. и доп. М., 2009.